

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 19.09.2025 14:01:06

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2c84b642a10be166

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

**Методические указания
для обучающихся по организации и проведению
самостоятельной работы**
по дисциплине «Маркетинг в международном туризме/
Marketing in International Tourism»
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): «Международный туризм»
(для очной формы обучения)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающегося при изучении дисциплины «Маркетинг в международном туризме/Marketing in International Tourism».....	4
2. План-график выполнения самостоятельной работы	5
3. Контрольные точки и виды отчетности по ним.....	6
4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала.....	8
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины).....	12
6. Методические указания по подготовке к экзамену.....	13
7. Методические указания по выполнению курсовой работы.....	16
8. Список рекомендуемой литературы.....	23

Введение

Дисциплина «Маркетинг в международном туризме/Marketing in International Tourism» осваивается студентами в течение 108 часов. Часть этого времени (36 часов) отводится на аудиторные формы работы (лекционные и практические занятия), которые организуются непосредственно преподавателем. Часть установленных стандартом часов (40,5 часов) отводятся для самостоятельной, или внеаудиторной.

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий. Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;
- сформировать и закрепить умение правильно, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь в рамках научного дискурса.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в области маркетинга в международном туризме.

Для достижения высоких результатов усвоения учебного материала по курсу «Маркетинг в международном туризме/Marketing in International Tourism» бакалаврам необходимо осознанно подходить к выполнению заданий для самостоятельной работы, внимательно ознакомиться с рекомендованной основной и дополнительной литературой.

Бакалаврам необходимо помнить, что целью самостоятельных занятий по дисциплине «Маркетинг в международном туризме/Marketing in International Tourism» является обобщение и систематизация теоретических знаний, полученных на лекциях и практических занятиях.

В ходе подготовки к занятиям бакалаврам следует учиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Маркетинг в международном туризме/ Marketing in International Tourism».

К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- написание конспектов, подготовка рефератов;
- самостоятельное изучение теоретического материала,
- выполнение письменных заданий (упражнений) к семинарским занятиям,
- подготовка докладов, докладов-презентаций и сообщений для выступления на семинарах.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве бонусной составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Формируемые компетенции данными видами деятельности:

Код	Формулировка:
<i>Профессиональные компетенции</i>	
ПК-8	способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий
ПК-10	способен работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения
ПК-11	способен осуществлять анализ туристских ресурсов

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

2. План-график выполнения самостоятельной работы студента

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов				Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Групповые консультации	
4 семестр							
Раздел 1. Основы маркетинга в деятельности туристских предприятий							
1	Основные понятия маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга и современные маркетинговые концепции.	ПК-8 ПК-10 ПК-11	1,5	3	-	-	4
2	Туристский продукт как основа туристского маркетинга. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды.		1,5	3	-	-	4
Раздел 2. Понятия маркетинговой среды							
3	Маркетинговые исследования потребителей. Процесс сегментирования в туризме		1,5	3	-	-	4
4	Микросреда туристского предприятия. Основные понятия маркетинговых стратегий		1,5	3	-	-	4
Раздел 3. Маркетинговые стратегии в туризме							
5	Ценовая политика туристского предприятия. Разработка сбытовой политики турфирмы.	ПК-8 ПК-10 ПК-11	1,5	3	-	-	4
6	Коммуникационная политика предприятия. Контроль маркетинга туристского предприятия.		1,5	3	-	-	4
Раздел 4.Комплекс маркетинга туристской территории							
7	Современные средства продвижения туристских территорий. Формирование имиджа туристских территорий	ПК-8 ПК-10 ПК-11	1,5	3	-	-	3,5

8	Маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей. Международный маркетинг		1,5	3	-	-	4
Итого за 4 семестр			12	24	-	-	31,5
Итого			12	24	-	-	31,5

Технологическая карта самостоятельной работы обучающихся

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
ПК-8 ПК-10 ПК-11	4 семестр					
	Самостоятельное изучение литературы по темам № 1-8	Конспект материалов	Собеседование	18,2	2,8	21
	Подготовка к практическим занятиям по темам № 1-8	Конспект материалов	Собеседование	3,15	1,65	4,8
	Подготовка к практическим занятиям (круглому столу) по темам № 1, № 5	Сообщение	Доклад	0,97	0,23	1,2
	Подготовка курсовой работы	Текст курсовой работы	Курсовая работа	24,25	2,75	27
Итого за 4 семестр				46,57	7,43	54
Итого				46,57	7,43	54

3. Контрольные точки и виды отчетности по ним

Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
4 семестр			
1	Собеседование по темам 1-3	4 неделя	15
2	Собеседование по темам 4-5	8 неделя	15
3	Собеседование по темам 6-8	12 неделя	25
Итого за 4 семестр			55
Итого			55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным 55. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее

60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставаемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Текущий контроль обучающихся проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование.

Допуск к **практическим занятиям** происходит при наличии конспекта соответствующей лекции и конспекта самостоятельно изученной литературы по теме. К практическому занятию студент должен подготовить ответы на вопросы, выполнить задания по теме занятия.

Максимальное количество баллов студент получает, если он активно участвует в работе, владеет материалом, умеет логично и четко излагать мысли, творчески подходит к решению основных вопросов темы, показывает самостоятельность мышления.

Основанием для снижения оценки являются:

- слабое знание темы и основной терминологии;
- пассивность участия в групповой работе;
- отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач;
- несвоевременность предоставления выполненных работ.

Критерии оценивания результатов самостоятельной работы приведены в Фонде оценочных средств по дисциплине.

Промежуточная аттестация в форме **экзамена** предусматривает проведение обязательной экзаменационной процедуры и оценивается 40 баллами из 100. В случае если рейтинговый балл студента по дисциплине по итогам семестра равен 60, то программой автоматически добавляется 32 премиальных балла и выставляется оценка «отлично». Положительный ответ студента на экзамене оценивается рейтинговыми баллами в диапазоне от **20 до 40** ($20 \leq S_{\text{экз}} \leq 40$), оценка **меньше 20** баллов считается неудовлетворительной.

Шкала соответствия рейтингового балла экзамена 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
35 – 40	Отлично
28 – 34	Хорошо
20 – 27	Удовлетворительно

Итоговая оценка по дисциплине, изучаемой в одном семестре, определяется по сумме баллов, набранных за работу в течение семестра, и баллов, полученных при сдаче экзамена:

Шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине
в оценку по 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	Отлично
72 – 87	Хорошо
53 – 71	Удовлетворительно
<53	Неудовлетворительно

Промежуточная аттестация в форме курсовой работы

Максимальная сумма баллов по **курсовой работе** устанавливается в **100** баллов и переводится в оценку по 5-балльной системе в соответствии со шкалой:

Шкала соответствия рейтингового балла 5-балльной системе

Рейтинговый балл	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	Отлично

72 – 87	Хорошо
53 – 71	Удовлетворительно
<53	Неудовлетворительно

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения, библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более четкого выявления структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
2. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,

- тематический.

Текстуальный состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

Плановый – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

Свободный конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

Тематический конспект – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Оформление конспекта

1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.

2. План текста.

3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.

4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.

5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

7. Собственные комментарии полагайте на полях.

Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

Методические рекомендации к самостоятельному изучению тем № 1-8

Тема 1. Основные понятия маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга и современные маркетинговые концепции.

Цель: Изучить основные понятия маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга и современные маркетинговые концепции.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

1) подготовка к практическому занятию;

2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Концепции маркетинга и эволюция их развития.

2. Концепция «совершенствования производства» (до начала 30-х гг.).

3. Концепция совершенствования сбыта (до начала 50-х гг.).

4. Товарная концепция (до начала 70-х гг.). Концепция маркетинг-микс, концепция 5Р..

Тема 2. Туристский продукт как основа туристского маркетинга. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды.

Цель: Изучить туристский продукт как основа туристского маркетинга. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Характеристика ценообразования в туристическом маркетинге.
2. Оценка внутренней и внешней среды на основе проведения SWOT-анализа.
3. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинга.

Тема 3. Маркетинговые исследования потребителей. Процесс сегментирования в туризме.

Цель: Изучить маркетинговые исследования потребителей. Процесс сегментирования в туризме.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Мотивы поведения потребителей.
2. Характеристика и классификация при сегментировании туризма.
3. Закономерности организации обслуживания клиентов и требования к данному процессу.

Тема 4. Микросреда туристского предприятия. Основные понятия маркетинговых стратегий.

Цель: Изучить микросреда туристского предприятия. Основные понятия маркетинговых стратегий.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Маркетинговые исследования, разработка товара.
2. Этапы маркетинговых исследований. Виды маркетинговых стратегий.
3. Определение стратегии мобилизации ресурсов и логическая последовательность.

Тема 5. Ценовая политика туристского предприятия. Разработка сбытовой политики турфирмы.

Цель: Изучить ценовую политику туристского предприятия. Разработка сбытовой политики турфирмы.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Анализ цен и товаров конкурентов.
2. Сущность и основные понятия сбытовой политики в туристической организации.
3. Конкурентные преимущества туристской компании на рынке продаж.

Тема 6. Коммуникационная политика предприятия. Контроль маркетинга туристского предприятия.

Цель: Изучить коммуникационную политику предприятия. Контроль маркетинга туристского предприятия.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Анализ основных средств маркетинговых коммуникаций.
2. Система контроля маркетинга.
3. Рассмотрение вопросов организации и деятельности маркетинговой службы на предприятии туристской сферы.

Тема 7. Современные средства продвижения туристских территорий. Формирование имиджа туристских территорий.

Цель: Изучить современные средства продвижения туристских территорий. Формирование имиджа туристских территорий.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Методы продвижения туристско-рекреационной территории.
2. Маркетинг имиджа, основные понятия, роль и значение. Характеристика основных этапов формирования имиджа.
3. Система контроля маркетинга.

Тема 8. Маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей. Международный маркетинг.

Цель: Изучить маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей. Международный маркетинг.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Развитие городов как туристских центров, порядок составления их рейтинга.
2. Особенность международного маркетинга.
3. Значение маркетинга достопримечательностей.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Самостоятельное изучение теоретического курса

Самостоятельное изучение теоретического материала предусмотрено на всём протяжении курса. Такая работа сопровождает лекционные, семинарские занятия, промежуточный и итоговый контроль, и в то же время является отдельным видом самостоятельной работы студента.

Источниками для самостоятельного изучения теоретического курса выступают:

- учебники по предмету;
- курсы лекций по предмету;
- учебные пособия по отдельным темам (например, по правилам оказания первой медицинской помощи);
- научные статьи в периодической печати и рекомендованных сборниках;
- научные монографии.

Умение студентов быстро и правильно подобрать литературу, необходимую для выполнения учебных заданий и научной работы, является залогом успешного обучения. Самостоятельный подбор литературы осуществляется при подготовке к практическим занятиям, подготовке к экзамену.

Существует несколько способов составления списка необходимой литературы.

Во-первых, в учебной программе дисциплины, в методических указаниях к семинарским занятиям приводится список основной и дополнительной литературы, которую рекомендуется изучить по соответствующей теме или разделу учебной дисциплины. При подготовке научных работ целесообразно изучать общий список литературы и делать выборку подходящей к теме литературы.

Во-вторых, в большинстве учебников, монографий и статей делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в книге проблеме. Целесообразно изучать научную ту литературу, на которую ссылаются исследователи в своих научных публикациях, поскольку изучение именно такой литературы формирует представление о состоянии и развитии того или иного вопроса.

В-третьих, поиску необходимой литературы существенно помогут различного рода библиографические указатели и пособия. В библиографическом отделе библиотеке можно воспользоваться такими указателями или прибегнуть к помощи специалистов-библиографов.

Самостоятельное выполнение заданий

Задания для самостоятельной работы преимущественно содержатся в учебно-методическом комплексе дисциплины (методических указаниях к практическим занятиям и методических рекомендациях по организации самостоятельной работы студентов). Кроме того, задания и упражнения могут предлагаться преподавателем кафедры, ведущим практические занятия. На лекциях преподаватели также дают задания для самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы студенты сами могут предлагать собственные темы и формы выполнения заданий, согласуя их с преподавателем.

Сдача задания производится преподавателю, ведущему семинарские занятия, в установленные им сроки.

Виды самостоятельной работы: самостоятельное изучение литературы, подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к конспектированию литературы следует начинать с повторения материала лекции по соответствующей теме, а потом переходить к изучению материала учебника, руководствуясь вопросами к собеседованию.

Конспектирование материала способствует закреплению и углублению понимания изученного материала, а также приобретению навыков самостоятельного изучения литературы.

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект.

Средства и технологии оценки: собеседование.

6. Методические указания по подготовке к экзамену.

Вопросы для проверки уровня обученности Базовый уровень

Знать

1. Сущность и особенности маркетинга в туризме
2. Уровни и координация маркетинга в сфере туризма.
3. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.
4. Сущность и задачи маркетинговых исследований туристического предприятия.
5. Основные направления маркетинговых исследований в туризме.
6. Сущность стратегического маркетингового планирования. SWOT- анализ.
7. Основные признаки сегментирования, применяемые в сфере туризма. Позиционирование туристического продукта.
8. Сущность понятия «маркетинг-микс» туристского предприятия.
9. Понятие туристического продукта, его основные составляющие.
10. Основные понятия и цели формирования фирменного стиля в сфере туризма.
11. Определение и реализация ценовой стратегии политика туристской фирмы.
12. Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций в индустрии туризма.
13. Личная продажа в маркетинге туристского предприятия.
14. PR в туризме: цели, определение целевой аудитории, основные виды деятельности, определение результатов.
15. Сущность, цели и направления туристской пропаганды.
16. Современная реклама и ее задачи в сфере туризма

Уметь, Владеть

17. Маркетинговые исследования как основа выявления рыночных возможностей предприятия туризма: правила и процедуры, формы организации.
18. Конъюнктура и ёмкость рынка туристских услуг.
19. Характеристика системы маркетинговых коммуникаций
20. Рынок туристских услуг. Структура и основные характеристики рынка туристских услуг в системе маркетинговых исследований.
21. Характеристика понятия «туристский продукт» с точки зрения маркетинга.
22. Концепция жизненного цикла товара и услуги в маркетинге.
23. Типы конкуренции и их характеристика в маркетинговом исследовании.
24. Сущность и содержание маркетинговых коммуникаций на предприятии в сфере туризма.
25. Система маркетинговой информации туристского предприятия.
26. Содержание и направленность маркетинговых исследований на туристском рынке.

27. Система маркетингового контроля на предприятии.
28. Маркетинг регионов и туристских центров.
29. Маркетинг туризма на международном уровне.
30. Маркетинг туризма на государственном уровне.

Повышенный уровень

Знать

1. Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия.
2. Специфика разработки, элементы маркетинговой программы для туристического предприятия.
3. Формирование продуктовой стратегии туристского предприятия.
4. Разработка и внедрение на рынок нового туристического продукта.
5. Система каналов сбыта туристских и гостиничных услуг, характеристика и структура каналов.
6. Сбытовая политика туристической фирмы. Формирование сбытовой стратегии.
7. Интернет как канал распределения туристических услуг.
8. Разработка коммуникационной стратегии туристского предприятия. Выбор структуры комплекса коммуникаций.
9. Выставочная деятельность предприятий сферы туризма. Работа персонала туристской фирмы во время выставки.
10. Технология реализации концепции маркетинга в сфере сервиса и туризма.
11. Маркетинговая продуктовая стратегия предприятия.
12. Выбор посредников и работа с ними в структуре маркетинговой сбытовой стратегии турпредприятия.
13. Стимулирование сбыта в системе маркетинговой коммуникационной стратегии предприятия в сфере туризма.
14. Маркетинг внутренней среды организации предприятий сервиса и туризма.

Уметь,

Владеть

15. Личные продажи в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия.
16. Система маркетинговой информации предприятия.
17. Методы сбора маркетинговой информации.
18. Анализ внутренней и внешней среды маркетинга туристского предприятия.
19. Анализ зарубежного опыта создания и развития фирм с маркетинговой ориентацией.
20. Анализ российского опыта внедрения маркетинговых технологий в процесс управления туристским предприятием.
21. Брендинговые технологии в туризме.
22. Виртуальный маркетинг как эффективный способ продвижения услуг туристского предприятия в современном информационно-рекламном пространстве.
23. Выставки и презентации как инструмент и позиционирования туристской фирмы.
24. Формирование имиджевой политики предприятия туристской сферы.
25. Маркетинговый анализ потребительских предпочтений при

разработке туристского маршрута.

26. Процесс персональной продажи и его технологии на предприятии сферы туризма.
27. Технологии разработки туристского продукта.
28. Политика ценообразования на рынке туристских услуг.
29. Разработка эффективных сбытовых стратегий для турфирмы.
30. Формирование маркетинговых стратегий на туристском предприятии.
31. Процесс управления маркетингом в туризме, характеристика основных этапов.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

Процедура экзамена позволяет проверить сформированность компетенции ПК-8-способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий, ПК-10-способен работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения, ПК-11-способен осуществлять анализ туристских ресурсов.

В экзаменационный билет включаются: 3 вопроса.

Для подготовки по билету отводится: 30 минут.

7. Методические указания по выполнению курсовой работы

Цели и задачи курсового проектирования: выполнение курсовой работы имеет целью расширение знаний студентов, обучение методам теоретического анализа явлений и закономерностей науки, отработку навыков самостоятельного применения теоретических знаний к комплексному решению профессиональных задач, использования справочной литературы, компьютерных технологий. Системой курсовых работ бакалавр готовится к выполнению выпускной квалификационной работы. При выборе той или иной темы по дисциплине желательно, чтобы бакалавр определил будущее направление своей научной деятельности с точки зрения предстоящего выполнения на выпускном курсе дипломной

работы. Выполненная курсовая работа может послужить основой для дипломной работы либо стать составной ее частью.

При выполнении курсовой работы перед бакалаврами ставятся следующие цели:

- систематизация и углубление теоретических и практических знаний по направлениям подготовки, реализуемым на кафедре Туризма и гостиничного дела, их применение в процессе решения конкретных практических задач;

- приобретение навыков самостоятельной научно-исследовательской работы;

- овладение методиками исследования, обобщения и логического изложения теоретического материала.

В процессе выполнения курсовой работы студентом должны решаться следующие задачи:

- приобретение новых теоретических знаний в соответствии с темой работы и заданием руководителя.

- умение систематизировать, обобщать и логично излагать концепции, альтернативные точки зрения по исследуемой проблеме.

- развитие учебно-исследовательских и методических навыков, необходимых для системного научного анализа изучаемого явления.

- совершенствование профессиональной подготовки.

Реализуемые компетенции: Выполнение курсовой работы способствует формированию профессиональных компетенций ПК-8-способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий, ПК-10-способен работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения, ПК-11-способен осуществлять анализ туристских ресурсов. В курсовой работе студент должен продемонстрировать умение изучать и обобщать литературные источники, планировать содержание, определять практические задачи, делать выводы и предложения, формулировать рекомендации.

Формулировка задания:

Тематика курсовых работ

Базовый уровень

1. «Сегментирование рынка и позиционирование товара в туристской индустрии»
2. «Организация маркетинга и организационные структуры туристской индустрии»
3. «Стратегическое планирование рыночной политики туристской компании»
4. «Модели принятия стратегических маркетинговых решений в туристской индустрии»
5. «Ассортиментная политика туристской компании»
6. «Выведение товара на рынок и его рыночное позиционирование в туристской индустрии»
7. «Ценовая эластичность спроса в туристской индустрии: методы определения и способы воздействия»
8. «Организации коммуникативных процессов в системе маркетинга туристской индустрии»
9. «Способы обеспечения эффективности маркетинговых коммуникаций в туристской индустрии»
10. «Продвижение товарной марки на основе web-сервера компаний»
11. «Товарная политика в системе маркетинговых решений в туристской индустрии»
12. «Проблема обеспечения конкурентоспособности товара на различных этапах жизненного цикла»
13. «Стратегические решения компании в области товарной и ценовой политики»
14. «Стратегии формирования конкурентоспособного товарного предложения в туристской индустрии»
15. «Товарная марка и формирование бренда в туристской индустрии»
16. «Целевой маркетинг и сегментирование рынка в туристской индустрии»
17. «Стратегия позиционирования в туристской индустрии»
18. «Стратегическое поведение туристской компании на рынке»

19. «Технология сегментирования и ее применение в зарубежных и российских туристских компаниях»

Повышенный уровень

20. «Технология позиционирования и ее применение в зарубежных и российских туристских компаниях»

21. «Организация и управление логистической системой предприятия туристской индустрии»

22. «Организация системы закупок на туристском предприятии»

23. «Закупки и взаимоотношения с поставщиками на туристском предприятии»

24. «Организация и управление запасами на туристском предприятии»

25. «Организация системы сбытовой деятельности туристского предприятия»

26. «Организация и управление снабженческо-сбытовой деятельностью предприятия»

27. «Система оценки уровня конкурентоспособности туристского предприятия»

28. «Формирование и развитие конкурентных преимуществ туристских предприятий»

29. «Повышение конкурентоспособности туристских предприятий на основе совершенствования маркетинга и логистического подхода»

30. «Государственное регулирование конкурентоспособности туристских предприятий»

31. «Управление конкурентоспособностью туристского предприятия на базе процессного подхода»

32. «Оценка производственного потенциала туристского предприятия и стратегия активизации его использования»

33. «Стратегия роста туристского предприятия в современных рыночных условиях»

34. «Методические основы разработки конкурентной стратегии туристского предприятия»

35. «Организация и планирование сбыта продукции туристского предприятия»

36. «Новые тенденции в разработке маркетинговой стратегии туристского предприятия»

37. «Планирование маркетинга в туристской компании»

38. «Модели управления взаимоотношениями с клиентами туристского предприятия»

39. «Анализ методов и подходов конкурентной разведки туристского предприятия»

40. «Анализ методов и подходов к управлению маркетинговыми проектами туристского предприятия»

Описание структуры работы: Оглавление (содержание). На основе выбранной темы определяется цель курсовой работы. Это, в свою очередь, диктует ее структуру и содержание. В оглавлении последовательно перечисляются наименования глав, параграфов, а также указываются номера страниц, на которых они размещаются. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в работе, в том числе список литературы и приложения.

Количество глав и параграфов определяется решением заседания кафедры. Работа должна содержать две главы. Каждая глава должна содержать три параграфа.

Во Введении должны быть отражены в такой последовательности следующие положения:

- обоснование актуальности и значимости темы курсовой работы;
- определение объекта исследования;
- определение предмета исследования;
- формулировка цели и основных задач работы;
- оценка теоретической и практической значимости проведенного исследования и полученных результатов.

Актуальность разрешаемой в курсовой работе проблемы определяет выбор темы. Это зависит от выбранного объекта исследования (турфирмы, гостиницы, санатория, музея, выставочного зала; города или региона, на территории которых исследуются проблемы, и др.).

Объект исследования – это некоторое явление и/или процесс, на которое обращено внимание исследователя, Объектом исследования может быть организационная система (например, анимационная деятельность гостиничного предприятия, экскурсионная деятельность турпредприятия и т.д.), новые идеи и проблемы, возможные подходы к их решению и др.

Предмет исследования – это составляющая часть объекта исследования. Под предметом исследования понимаются как теоретические, так и практические, значимые свойства, элементы или особенности объекта исследования. В каждом из объектов исследования можно выделить несколько различных предметов исследования. Бакалавр должен выбрать всего один предмет исследования из множества и сконцентрироваться именно на его исследовании. Предмет исследования задаёт рамки, за которые не должно выходить исследование. Выделение предмета исследования позволяет сформулировать цель исследования.

После определения объекта и предмета исследования бакалавр должен сформулировать цель и задачи работы. Цель носит общий характер, является емкой по содержанию, формулируется кратко и предопределяет выбор методов исследования.

Задачи конкретизируют цель, уточняя круг вопросов, которые студент будет рассматривать в ходе исследования. Обычно количество задач соответствует количеству глав и параграфов, но не всегда.

Целью проведения любого исследования является получение нового для общества знания. Теоретическая значимость – это признак, наличие которого дает автору право на использование понятия «впервые» при характеристике полученных им результатов и проведенного исследования в целом. Чаще всего Теоретическая значимость сводится к так называемому элементу новизны. Элементы новизны могут присутствовать как в теоретических положениях (закономерность, принцип, концепция, гипотеза и т.д.), так и в практических результатах (правила, рекомендации, средства, методы, требования и т.д.) и отражает возможные перспективы использования полученных результатов для дальнейшей работы, для решения других проблем. Для курсовых работ новизна результатов может иметь субъективный характер, определяться не по отношению к обществу, а по отношению к исследователю. В этом случае проведенная работа может представлять собой моделирование известных в науке (обществе) решений.

Практическая значимость курсовой работы заключается в том, что сформулированные в ней выводы и предложения могут быть использованы при дальнейшей практической работе.

Объем «Введения» должен быть не менее 2-3 страниц текста.

Основная часть курсовой работы зависит от целей, задач и изложенного содержания. Все части работы должны быть связаны между собой, чтобы при переходе от одной части (главы) к другой, равно как и от одного параграфа к другому, соблюдалась последовательность, логичность, без явных смысловых разрывов. Необходимо в конце каждого параграфа делать краткие выводы, чтобы содержание текста в одной части работы согласовывалось с предыдущим и подготавливало переход к последующему изложению материала. Рекомендуется все главы и параграфы работы соразмерять, как по структуре деления, так и по объему.

Первая глава носит теоретико-методологический характер. Теоретическая часть должна содержать анализ состояния изучаемой проблемы на основе обзора научной, научно-информационной, справочной литературы. В ней необходимо показать знание теории вопроса по научным источникам, выявить сходство и особенности взглядов различных авторов и практиков по отдельным аспектам темы. На основе анализа и сопоставления различных точек зрения, относящихся к предмету исследования, необходимо сформулировать свою собственную точку зрения и аргументировано ее обосновать. Для этого используются сведения и материалы, собранные и обобщенные, исследователями-аналитиками, и др. Информация должна быть обработана, проанализирована, систематизирована и обобщена.

На основе выводов первой главы строится вторая глава, которая является эмпирической (практической, проектной) частью. Практическая часть должна компактно и подробно раскрывать суть задания, заключенного в теме курсовой работы. Для написания практической части используются данные предприятий и результат собственных исследований, опытов, экспериментов. На предприятии запрашивают ту информацию, которая поможет раскрыть тему работы. Существует множество видов методик, которые различаются по способам обработки и проверки данных, целям и областям применения. Это математические, практические, эмпирические, статистические, диагностические и др. Разработки и рекомендации, содержащиеся в данной главе, должны убеждать в практической полезности выполненной работы. Объем практической части должен составлять 25-30% от всей работы и не превышать размер теоретической.

Заключение содержит выводы, подтверждающие или опровергающие первоначальные предположения (гипотезы), перспективы дальнейшего изучения проблемы, связь с практикой, анализ

реализации целей и задач исследования. Этот раздел курсовой работы должен охватывать все главы работы. В нем бакалавр, исходя из поставленных задач и проведенного анализа, обобщает содержание всей работы. В заключение включаются теоретические выводы, обобщения выявленных недостатков в работе объекта исследования, рекомендации по внедрению предложений, итоговые выводы по результатам проделанной работы. Выводы и рекомендации должны быть краткими и четкими, логично вытекающими из содержания работы, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности предлагаемых решений. Они высказываются тезисно (по пунктам) и должны отражать мысли, вытекающие из теории вопроса, проведенного анализа и всех направлений совершенствования исследуемого объекта.

Список использованных источников. Библиография представляет собой одну из частей курсовой работы, которая позволяет судить о степени фундаментальности проведенного исследования. Список включает в себя перечень всех источников, которые были использованы при выполнении курсовой работы. Именно по нему можно судить о степени осведомленности бакалавра, выполнившего курсовую работу в имеющейся литературе по изучаемой проблеме. Список литературы должен быть составлен в соответствии с требованиями ГОСТа к оформлению библиографии. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание; ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Наиболее приемлемый способ построения списка литературы – алфавитный.

Приложения. Приложения не входят в содержательную часть курсовой работы. В этот раздел курсовой работы следует отнести вспомогательный материал: рисунки, таблицы, схемы, формулы, нормативно-правовые документы, инструкции, положения, различные материалы местных органов управления, организаций и др. Приложение содержит весь фактический материал экспериментальных исследований (анкеты, опросники, схемы, чертежи, расчетные материалы, карты, рисунки, ответы респондентов и т.д.). Приложения помещают после списка использованной литературы в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение следует начинать с нового листа, вверху по центру пишется слово «Приложение» и номер, обозначенный арабской цифрой (без знака №), ниже пишется название приложения. Если в работе есть приложения, то на них дают ссылку в основном тексте работы, например: (Приложение 7).

Правила оформления работы: Курсовую работу рекомендуется представлять в объеме 2 печатных листов. Текст работы должен быть напечатан на одной стороне стандартного листа белой бумаги А-4 (210 x 297 мм). Текст и другие отпечатанные элементы работы должны быть черными, контуры букв и знаков – четкими, без ореола и затенения.

Рекомендуется использовать компьютерный текстовый редактор «Microsoft Word». Тип шрифта «Times New Roman», кегель 14, при этом следует применить полуторный межстрочный интервал. Названия глав и параграфов выделяются полужирным шрифтом. Выравнивание текста по ширине листа. Все используемые нумерации и маркеры должны быть одинаковыми.

Лист с текстом должен иметь поля: слева – 30 мм, справа – 10 мм, сверху – 20 мм, снизу – 20 мм. Нумерация страниц текста делается в правом нижнем углу листа. Нумерация страниц должна быть сквозной. Проставлять номер страницы необходимо со страницы, где печатается «Введение», на которой ставится цифра «3». После этого нумеруются все страницы. В общую нумерацию входят список использованной литературы и приложения.

Оформление курсовой работы должен соответствовать ГОСТу 7.80-2000. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления и ГОСТу 7.0.12-2011. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

Заголовки глав пишутся прописными буквами. Заголовки параграфов пишутся строчными буквами (кроме первой прописной). Между названием главы и названием параграфа этой главы ставится пробел равный двум интервалам (одна пустая строка), а название параграфа не должно отделяться от текста этого параграфа пробелом. Названия параграфов отделяются от текста предыдущего параграфа пробелом, равным двум интервалам (одна пустая строка). Слово «Глава» не пишется. Главы имеют порядковые номера в пределах всей работы, обозначаемые арабскими цифрами (например: 1,2,3), после которых ставится точка. Слово «параграф» или значок параграфа в названии не ставятся. Параграфы имеют порядковые номера в пределах глав, обозначаемые арабскими цифрами (например: 1.1 и 1.2). Заголовки

глав и параграфов в тексте работы должны располагаться по центру, точку в конце названия главы и параграфа не ставят. Не допускается переносить часть слова в заголовке.

Каждый новый раздел работы (введение, главы, заключение, список использованных источников и приложения) начинается с новой страницы. Не разрешается помещать заголовки отдельно от текста. На странице, где приводится заголовок, должно быть не менее двух строк последующего текста.

В курсовой работе могут быть использованы иллюстрации, схемы. Все иллюстрации (схемы, чертежи, диаграммы, графики и пр.) именуются рисунками, в тексте они обозначаются с сокращением слова «рисунок» и с обозначением его порядкового номера и наименования под изображением. Например, «Рис. 1. Схема маршрута экскурсии». Необходимые качества любого рисунка – наглядность, графическая выразительность, ясность. Нумерация таблиц и рисунков может быть сквозной или соотноситься с номером главы и параграфа. Например, если таблица или рисунок включены в текст первого параграфа второй главы, нумерация следующая: Рис. 2.1.1. Последняя цифра означает порядковый номер рисунка в данном параграфе.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблица помещается в качестве следующей страницы после первого упоминания о ней в тексте. Таблица размещается в тексте таким образом, чтобы ее можно было бы читать без поворота документа или с поворотом по часовой стрелке. Подчеркивать заголовок не следует. Знаки сносок в таблице должны быть отличными от знаков сносок текста. Рекомендуется применять в качестве знака сноски звездочку (*). Примечание, относящиеся ко всей таблице, рекомендуется помещать не в виде самостоятельной графы, а под таблицей вместе со словом «Примечание». Не рекомендуется располагать две или несколько таблиц одну за другой; их надо разделять текстом.

Оформление ссылок. В процессе написания курсовой работы студенты делают ссылки на литературные и иные источники (библиографию). При их записи следует особое внимание уделять на правильное оформление. Ссылки должны быть оформлены в соответствии с ГОСТом Р 7.0.5-20 08. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. Ссылки на литературу могут быть внутритекстовые и подстрочные. Внутритекстовая ссылка заключается в квадратные скобки. При внутритекстовой ссылке вначале проставляется номер литературного источника по списку использованной литературы, приведенному в конце курсовой работы, затем номер страницы. Например, [14, С. 5]. Это означает, что литературный источник в списке числится под номером 14 и данная цитата взята со страницы 5. Подстрочные ссылки размещаются под текстом на странице 10 шрифтом. Подстрочные ссылки обозначают арабскими цифрами 1,2,3.

Порядок защиты:

Защита курсовой работы является обязательной формой проверки выполнения работы. Защита производится на заседании кафедры, научно-методического семинара кафедры, научной проблемной группы специальной комиссией, утверждаемой директором института, состоящей обычно из 3 преподавателей кафедры, при непосредственном участии руководителя, в присутствии студентов. Результаты наиболее интересных курсовых работ могут быть доложены на научных конференциях. Публичная защита стимулирует научный интерес, творчество, ответственность студентов.

Курсовая работа оценивается научным руководителем. Преподаватель имеет право снизить оценку за курсовую работу, если:

- вопросы, рассматриваемые в работе, не связаны с современным состоянием данной проблемы в России;
- по результатам исторического анализа нет аналогии с современностью или в работе отсутствуют выводы и рекомендации;
- анализ зарубежной практики не связан с отечественной практикой и/или отсутствуют рекомендации по использованию соответствующего зарубежного и отечественного опыта;
- при анализе нормативных актов в работе не содержатся выводы об их влиянии на современную ситуацию в России и рекомендации по их улучшению (изменению);
- в работе не соблюдены нормы оформления курсовой работы;
- работа сдана с опозданием.

Руководитель имеет право потребовать от автора курсовой работы устно изложить содержание любого источника. В случае, если автор курсовой работы проявит явное незнание содержания упомянутого источника, оценка за работу может быть снижена.

Руководитель может потребовать доработать курсовую работу, в т.ч. при неправильном оформлении, либо полностью переделать ее.

Защита состоит в коротком докладе студента по выполненной работе и в ответах на вопросы присутствующих на защите. Для защиты студент готовит краткое выступление (до 5-7 мин.), что составляет примерно 3-3,5 страницы машинописного текста. Выступление должно содержать следующие аспекты:

- обоснование актуальности темы, цель и задачи исследования;
- методологический подход к выполнению;
- изложение основных положений содержания работы;
- результаты, полученные самостоятельно в процессе исследования,
- предложения и рекомендации (по главам или в порядке постановки проблемы).

Научный руководитель зачитывает отзыв на курсовую работу студента. Защищающий курсовую работу студент должен кратко ответить на все поставленные вопросы, которые возникают у преподавателя и присутствующих. Порядок ответов на вопросы может быть различным: студент может сразу ответить на вопросы по мере их возникновения у слушателя; возможен также вариант накопления и фиксации вопросов от всех участников обсуждения с последующим их освещением в ответах.

Защита курсовых работ, предусмотренных учебным планом, проводится не позднее, чем за две недели до начала зачетно-экзаменационной сессии. Студент, не представивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность. Курсовые работы, представляющие теоретический и практический интерес, следует представлять на конкурс в студенческие научные общества, конференции, отмечать приказом по университету. Выполненные работы после их защиты должны храниться на кафедре в течение 2 лет, не считая года написания; затем работы, не представляющие для кафедры интерес, уничтожаются по акту.

По итогам защиты выставляется окончательная оценка курсовой работы.

При определении оценки работы учитывается:

- уровень теоретической и практической подготовки студента;
- правильность и полнота ответов на поставленные вопросы;
- качество представленного иллюстративного материала;
- умение излагать суть своей работы;
- способность аргументировать и отстаивать собственную точку зрения, вести научную дискуссию, правильно реагировать на замечания.

Курсовая работа должна быть сброшюрована в специальной папке для курсовых работ, в обычном скоросшивателе или в твердом переплете.

Результаты защиты курсовой работы, согласно действующему Положению о текущем контроле и промежуточной аттестации в СКФУ, оцениваются дифференцированной отметкой по пятибалльной системе. Оценка курсовой работы заносится в зачетную книжку студента и зачетно-экзаменационную ведомость.

8. Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М. Э. Сейфуллаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 5-238-00800-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>

2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 с. — 978-5-238-01519-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81792.html>

Дополнительная литература:

1. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. — Электрон.текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 с. — 978-5-394-02434-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75218.html>

2. Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Лисевич А.В., Лунтова Е.В., Джалай М.А.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 68 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44182>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг в международном туризме/Marketing in International Tourism» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг в международном туризме/Marketing in International Tourism» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

3. Методические указания по выполнению курсовых работ по дисциплине «Маркетинг в международном туризме/Marketing in International Tourism» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Интернет-ресурсы:

1. <https://e.lanbook.com/> - Электронно-библиотечная система Лань;

2. <http://biblioclub.ru/> - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»;

3. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks